

The Determinants of Demand Affecting to Loyalty of Tourists at Ancient Chinese Chakngeaw Market Community Pattaya City

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณ
บ้านซากแก้ว เมืองพัทยา

◆ Anurak Tongkaw

Lecturer, Department of General Education, Dusit Thani College Pattaya

Email: anurak.to@dtc.ac.th

อนรรักษ์ ทองขาว

อาจารย์ประจำภาควิชาศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา

◆ Phannaphat Saethow

Lecturer, Department of General Education, Dusit Thani College Pattaya

Email: phannaphat.sa@dtc.ac.th

พรรณภัทร แซ่โง้ว

อาจารย์ประจำภาควิชาศึกษาทั่วไป วิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา

Abstract

The purposes of this study were to study the determinants of cultural and economic tourism demand factors affecting to loyalty of tourists at Ancient Chinese Chakngeaw Market Community Pattaya City. This survey, the team was trained to collect information for 398 tourists. This study uses binary logistic regression analysis for describing the influence of factors determining the demand for tourism, both cultural and economic, on the loyalty of tourists. The equation can be classified as the first time arrival and more than 1 time as a 71.4%.

The important factors that make tourists visit the ancient Chinese Chakngeaw Market Community Pattaya City more than 1 time were convenient access to tourist attractions, product quality, maintaining local Chinese in communication then ancient Chinese Chakngeaw Market Community Pattaya City must develop convenience to access the market develop quality products with good quality and maintain the local Chinese language to continue.

Keyword: Loyalty of tourists, the determinants of cultural tourism demand,
the determinants of economic tourism demand

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณ บ้านชากแง้ว เมืองพัทยา โดยในการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวมีการอบรมทีมงานในการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวทั้ง 398 คน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ในการอธิบายอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งด้านวัฒนธรรมและด้านเศรษฐกิจที่มีต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว และสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกและมากกว่า 1 ครั้ง ได้ร้อยละ 71.4

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้วมากกว่า 1 ครั้ง ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้าและการดำรงไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นในการติดต่อสื่อสาร นั้นหมายความว่าทางชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้วจำเป็นต้องพัฒนาความสะดวกสบายในการเข้าถึงตลาด พัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพที่ดี และรักษาไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

คำสำคัญ : ความภักดีของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม
ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจ

บทนำ

ประเทศไทยได้รับการขนานนามว่าเป็นประเทศแห่งการท่องเที่ยว รายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวมีมากขึ้นในทุก ๆ ปี (Department of tourism, 2016) ซึ่งประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากมาย โดยในแต่ละจังหวัดนั้นจะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวที่เมืองไทยจนก่อให้เกิดอาชีพที่หลากหลายและทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการที่รัฐบาลมีการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวของทางภาครัฐบาล และเมื่อกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในประเทศไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลกและเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นั่นคือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (Tripadvisor, 2018)

เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลากหลายรูปแบบทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแสงสี เช่น เขาพระตำหนักที่มีวิวที่สวยงามทั้งยามเช้าและยามค่ำตื่น วอคกิ้งสตรีทที่มีแหล่งบันเทิงมากมาย สวนนงนุชสวนที่สวยงามระดับโลกรวมทั้งยังเป็นสถานที่จัดประชุมที่สวยงามอีกด้วย แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้มาเที่ยวที่เมืองพัทยา จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าเมืองพัทยาน่าดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมายนอกจากแหล่งท่องเที่ยว

รูปแบบดังกล่าวแล้วเมืองพัทยายังมีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของแหล่งชุมชนต่าง ๆ ที่สำคัญอีกประการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หลงใหลในเสน่ห์ในศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของแหล่งชุมชนต่าง ๆ ในเมืองพัทยาและทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากหวนกลับมาอีกในครั้งต่อไป (Chutimawattananan, 2016).

ชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว เป็นชุมชนหนึ่งในเมืองพัทยาซึ่งมีความเก่าแก่โบราณอายุนับ 100 ปี ชาวบ้านในชุมชนมีวิถีการใช้ชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ แบบไทยจีนผสมผสาน สถาปัตยกรรมในชุมชนยังคงมีรูปแบบดั้งเดิมโดยมีการอนุรักษ์ให้คงอยู่ในสภาพดี ปัจจุบันในชุมชนมีการจัดตลาดทุกวันเสาร์ โดยภายในตลาดอบอวลด้วยบรรยากาศจีนโบราณแบบดั้งเดิม อาทิ ที่อยู่อาศัย ศาลเจ้า ประเพณี วิถีการใช้ชีวิต อาหารและสินค้าแบบดั้งเดิมของท้องถิ่น จึงทำให้ตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้วเป็นสถานที่ท่องเที่ยวท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยียนอยู่เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ของชาวบ้านในชุมชนด้วย ดังนั้นถ้านักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและประทับใจต่อชุมชนก็จะมีโอกาสสูงที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวในชุมชนซ้ำ (Buasri & Sirigutta, 2015) ซึ่งจะเป็นผลดีต่อชุมชนทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาอาชีพสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำนั้นถือว่าการแสดงออกถึงความภักดีของนักท่องเที่ยว (Loureiro & Gonzalez, 2008) ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้วเป็นความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว Pimonsompong (2007) ได้กล่าวว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) คือ ความต้องการเดินทาง ความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดไว้ โดยปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอื่น ๆ Cheawchankitjakarn (2010) รวมทั้ง Saethow and Chairatana (2017) ได้ศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มาชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้วให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมมากที่สุด จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้ว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนการดำเนินการพัฒนาตลาดจีนโบราณบ้านชากแง้วให้คงอยู่อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

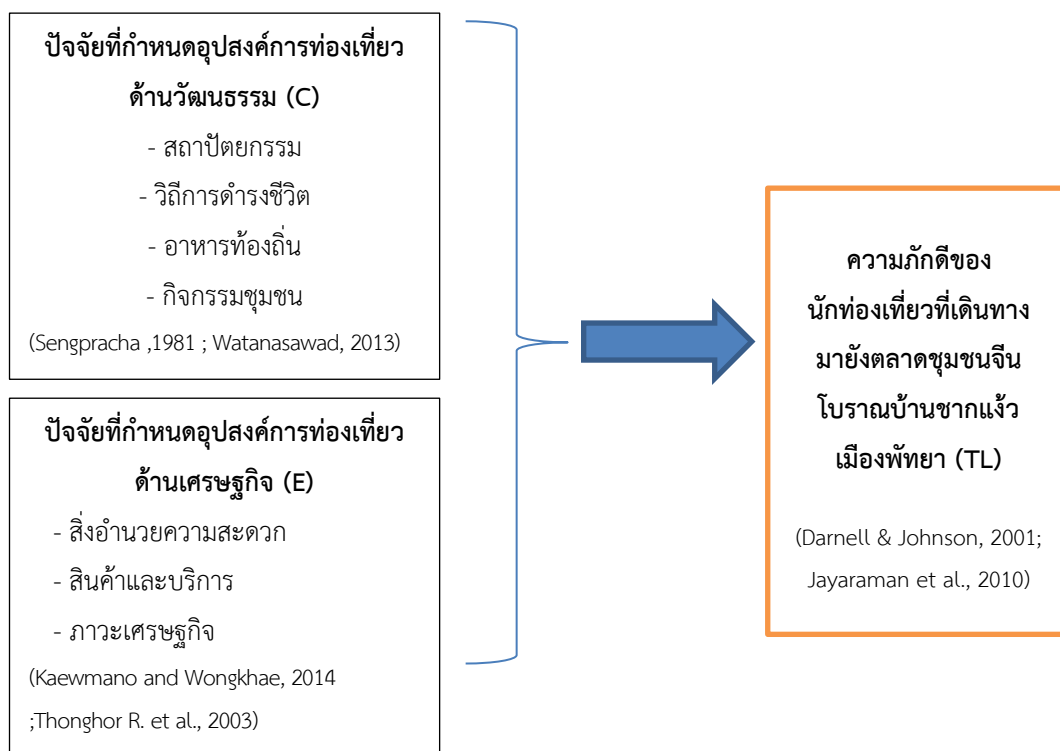
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว เมืองพัทยา

กรอบแนวคิด

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว เมืองพัทยา ซึ่งอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) คือ

ความต้องการของเดินทางหรือต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว ที่จะใช้บริการ ผลิตภัณฑ์ ณ แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น (Pimonsompong, 2007) โดยศึกษาจากปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา นั่นคือ อุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม (Sengpracha, 1981; Watanasawad, 2013) ได้แก่ สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้าง วิธีการดำรงชีวิต อาหารท้องถิ่น และกิจกรรมภายในชุมชน และอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจ (Kaewmano & Wongkhuae, 2014; (Thonghor R. et al., 2003)) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าบริการ และภาวะเศรษฐกิจ ว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร โดยความภักดีของนักท่องเที่ยวคือการที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำ (Darnell & Johnson, 2001; Jayaraman et al., 2010) ดังนั้นงานวิจัยนี้จึง กำหนดให้ความภักดีของนักท่องเที่ยว คือ จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว



สมมติฐานการวิจัย

- ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา
- สมการถดถอยโลจิสติกส์ที่ได้สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวที่มากกว่า 1 ครั้งได้มากกว่า 70%

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 398 คน ซึ่งมาจากการคำนวณ

ด้วยวิธีของ W.G. Cochran กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นคือ 95% และเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน 2560 โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมืองานวิจัยหรือแบบสอบถาม มีการตรวจสอบความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายปิด และข้อคำถามทุกข้อมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Concordance : IOC) มากกว่า 0.5 ทุกข้อ โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยมี อาจารย์เศรษฐศาสตร์ 1 ท่านที่มีประสบการณ์ด้านการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์และอาจารย์ทางการท่องเที่ยว 2 ท่าน ที่มีคุณวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอกและมีประสบการณ์ด้านการวิจัยทางการท่องเที่ยว จากนั้นพิจารณาความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยทดลองเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวก่อนที่จะดำเนินการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 50 คน โดยเก็บเฉพาะวันเสาร์ที่มีตลาดในช่วงเวลา 18 :00 น ถึง 21 :00 น. ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีของ Cronbach Alpha เท่ากับ 0.92 และหลังจากนั้นจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจริง ซึ่งในการเก็บข้อมูลนั้นมีการอบรมทีมงานให้มีลักษณะการเก็บข้อมูลและตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลในเบื้องต้นให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความภักดีของนักท่องเที่ยว (TL)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม (C)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจ (E)

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว เมืองพัทยา ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (Binary Logistic regression) การวิเคราะห์ข้อมูลในการนำเสนอครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงบางส่วนในการนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ส่วนที่ 2, 3 และ 4 ตามลำดับ

สมการของสมการถดถอยโลจิสติกทวิ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์กับความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว เมืองพัทยา เป็นดังนี้

$$\text{Logit}_{TL} = \beta_0 + \beta_1 C_1 + \beta_2 C_2 + \dots + \beta_{13} C_{13} + \beta_{14} E_1 + \beta_{15} E_2 + \dots + \beta_{25} E_{12} + e$$

ตัวแปรตาม คือ ความภักดีของนักท่องเที่ยว (Tourist Loyalty : TL) โดยที่

TL = 0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว เมืองพัทยาเป็นครั้งแรก

TL = 1 หมายความว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านชากแง้ว เมืองพัทยามามากกว่า 1 ครั้ง ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) ซึ่งประกอบไปด้วย

C คือ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors : C) โดยคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย 13 คำถาม กำหนดสัญลักษณ์คือ C_1 ถึง C_{13}

E คือ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors : E) โดยคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจประกอบไปด้วย 12 ข้อคำถาม กำหนดสัญลักษณ์คือ E_1 ถึง E_{12}

ผลการวิจัย

การวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (Binary Logistic regression) ในการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา การวิเคราะห์ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก โดยพิจารณาจากตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีค่าไม่เกิน 0.65

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

Correlation Matrix								
	C_1	C_6	C_7	C_{13}	E_1	E_4	E_9	E_{10}
C_1	1							
C_6	-.069	1						
C_7	-.143	-.387	1					
C_{13}	.092	-.078	-.290	1				
E_1	-.243	-.017	-.024	-.488	1			
E_4	.040	.027	-1.67	.197	-.483	1		
E_9	-.254	-.324	.263	-.491	.329	-.318	1	
E_{10}	-.032	.157	-.112	.143	-.157	-.083	-.021	1

เมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกที่ได้จากตารางที่ 2 คือค่า (-2LL) (Model) มีค่าลดลงจาก (-2LL) (Constant) รวมทั้งตารางที่ 3 ค่าสถิติทดสอบ Chi-square ของ Hosmer and Lemeshow ให้ค่า P-value > 0.05 แสดงว่า สมการถดถอยโลจิสติกที่ได้นั้นมีความเหมาะสม (Hair et al. ,2014)

ตารางที่ 2 แสดงการลดลงของค่า -2 Log likelihood

-2 Log likelihood	Value
(-2LL) (Constant)	551.253
(-2LL) (Model)	448.203

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติทดสอบ Hosmer and Lemeshow

Hosmer and Lemeshow test	Value	df	Significance
Chi-square	13.735	8	.089

ในการพิจารณาสัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติกของตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Wald จากตารางที่ 4 พบว่าค่าสถิติ Wald ของตัวแปรอิสระทุกตัวให้ค่า P-value < 0.01 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการมีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา ที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

ตารางที่ 4 แสดงลักษณะสมการถดถอยโลจิสติกทวิ

Variable	B	S.E.	Wald	df	Significance
C1	-.455	.158	8.333	1	.004
C6	-.591	.161	13.511	1	.000
C7	.533	.166	10.322	1	.001
C13	-.676	.181	13.941	1	.000
E1	1.186	.192	38.299	1	.000
E4	-.828	.159	27.073	1	.000
E9	1.117	.200	31.116	1	.000
E10	-.349	.124	7.876	1	.005
Constant	-.655	.870	.567	1	.451

จากตารางที่ 4 สมการถดถอยโลจิสติกทวิ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ การท่องเที่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา เป็นดังนี้

$$\widehat{Logit}_{TL} = -.455C_1 - .591C_6 + .533C_7 - .676C_{13} + 1.186E_1 - .828E_4 + 1.117E_9 - .349E_{10}$$

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว หรือจำนวนครั้งของการมาเที่ยว ได้แก่ 4 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และ 4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ดังนี้

- ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (C)

สถาปัตยกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมและประเพณีเกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมโบราณให้อยู่ในสภาพดี (C₁) วิธีการดำรงชีวิต เกี่ยวกับการสืบทอดอาชีพจากบรรพบุรุษ

สู่ลูกหลาน (C_6) การดำรงไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นในการติดต่อสื่อสาร (C_7) และกิจกรรมชุมชนเกี่ยวกับความทั่วถึงของการประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในชุมชน (C_{13})

- ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (E)

ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (E_1) สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับที่พัก และโฮมสเตย์ (E_4) คุณภาพของสินค้า (E_9) และภาวะเศรษฐกิจเกี่ยวกับราคาน้ำมัน (E_{10})

โดยสมการถดถอยโลจิสติกทวิ แสดงให้เห็นเพิ่มเติมว่าปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้วมากกว่า 1 ครั้ง ได้แก่ ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสะดวกสบายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (E_1) ด้านคุณภาพของสินค้า (E_9) และด้านวิถีการดำรงชีวิตที่เกี่ยวกับการดำรงไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นในการติดต่อสื่อสาร (C_7) โดยความน่าจะเป็นของการที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา มากกว่า 1 ครั้ง เป็นดังนี้

$$P_{TL} = \frac{e^{Logit_{TL}}}{1 + e^{Logit_{TL}}}$$

P_{TL} คือ ค่าความน่าจะเป็นของการที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา มากกว่า 1 ครั้ง

ตารางที่ 5 แสดงเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องของการจำแนกนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกและมามากกว่า 1 ครั้ง

		จำนวนครั้งที่มาเที่ยว		% ความถูกต้องของการจำแนก
		ครั้งแรก	มากกว่า 1 ครั้ง	
จำนวนครั้งที่มาเที่ยว	ครั้งแรก	156	50	75.7
	มากกว่า 1 ครั้ง	64	128	66.7
% ความถูกต้องของการจำแนกโดยรวม				71.4

The cut value (P_{TL}) is 0.5

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าสมการถดถอยโลจิสติกทวิที่ได้นั้นสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกและมามากกว่า 1 ครั้ง โดยรวมได้ถูกต้อง 71.4% โดยมีค่า cut value คือ 0.5 เมื่อศึกษาเพียงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้ว เมืองพัทยา โดยการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพทั้งความตรงและความเที่ยงแล้ว จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สมการถดถอยโลจิสติกทวิ พบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซากแก้วมากกว่า 1 ครั้ง ได้แก่ ความสะดวกสบายในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว คุณภาพของสินค้า การดำรงไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นในการติดต่อสื่อสาร ซึ่ง

สอดคล้องกับ Pongwiritthon, Pakvipak and Kantawongwan (2016) ที่ได้ศึกษาพบว่า การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี วิถีชีวิตบริบทพื้นที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมทั้ง Chancharat and Nakornthab (2013) พบว่าวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมเป็นสิ่งที่ดึงดูดและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเชียงคาน โดยมีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวซ้ำ นอกจากนี้ Saethow and Chairatana (2017) พบว่านักท่องเที่ยวที่มาชุมชนจีนโบราณบ้านซำแก้ว มีความพึงพอใจทางด้านวัฒนธรรมในชุมชนมากที่สุด ซึ่งผลการที่ได้สามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซำแก้วที่มาเป็นครั้งแรกและมากกว่า 1 ครั้ง โดยรวมได้ 71.4% เมื่อศึกษาเพียงปัจจัยที่กำหนด อุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ซึ่งผลของการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานทุกประการ

ดังนั้น เพื่อตอบโจทย์การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซำแก้ว ทางชุมชนจีนโบราณบ้านซำแก้วจำเป็นต้องพัฒนาเรื่องความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว และคุณภาพของสินค้า ให้มากขึ้น และที่สำคัญจะต้องรักษาและดำรงไว้ซึ่งภาษาจีนท้องถิ่นในการติดต่อสื่อสารเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดชุมชนจีนโบราณบ้านซำแก้วต่อไป คณะผู้วิจัยหวังว่าผลของการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการได้มาซึ่งรายได้และอาชีพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยและมีชื่อเสียงระดับโลก จนสามารถทำให้นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกสนใจมาเที่ยวที่เมืองไทยจนสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้พัฒนายิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการประเมินความภักดีของนักท่องเที่ยวอาจใช้ทฤษฎีที่หลากหลายผสมกัน และศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม ซึ่งจะก่อให้เกิดความแม่นยำในการศึกษามากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการรองรับโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ของรัฐบาลไทย ในการพัฒนาเมืองและแหล่งท่องเที่ยว สร้างอาชีพ เกิดการลงทุนและสามารถดึงดูดรายได้เข้าสู่ชุมชน สังคม และประเทศชาติซึ่งเป็นผลให้เศรษฐกิจของประเทศเกิดการขยายตัวพัฒนาอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจาก ชุมชนบ้านซำแก้ว ในการให้ข้อมูลและสนับสนุนอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

References

- Buasri, A. and Sirigutta, S. (2015). Factors Influencing Satisfaction and Loyalty of Tourists Towards Kanchanaburi. Srinakharinwirot Business Journal, 6(1), 114 – 123. (in Thai)
- Chancharat, S. and Nakornthab, A. (2013). Factors Affecting Length of Time that Tourists Will Return to Chiangkhan. Journal of Mekong Societies, 9(3), 145 – 166.

- Cheawchankitjakarn, A. (2010). Principle marketing for tourism. Bangkok: Dhurakij Pundit University. (in Thai)
- Chutimawattananan, T. (2016). The Expectations and the Satisfaction of the Chinese Tourists Traveling with a Packaged Tour Group which Affected their Loyalty Towards Pattaya (Master's thesis, Dhurakij Pundit University, Bangkok). Retrieved from <http://libdoc.dpu.ac.th> (in Thai)
- Department of tourism. (2016). Tourist Statistics 2016 Retrieved March 14, 2018, from <http://www.tourism.go.th>
- Darnell, A. C., & Johnson, P. S. (2001). Repeat visits to attractions: a preliminary economic analysis. *Tourism management*, 22(2), 119-126. [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00036-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00036-4)
- Hair, Jr., J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. United States of America: Pearson New International Edition.
- Jayarman, K., Lin, S. K., Guat, C. L., & Ong, W. L. (2010). Does Malaysian Tourism Attract Singaporeans to Revisit Malaysia? *Journal of Business and Policy Research*, 5(2), 159-179
- Kaewmano, L. and Wongkhae, K. (2014). Role of Tourism Facilities on Tourism Demand. *Parichart Journal*, 27(3), 109 – 273. (in Thai)
- Loureiro, S. M. C. and Gonzalez, F. J. M. (2008). The Importance of Quality, Satisfaction, Trust, and Image in Relation to Rural Tourist Loyalty. *Journal of of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 117 – 136.
- Pimonsompong, C. (2007). *Tourism Planning and Marketing Development*. (6th ed.). Bangkok: Kasetsart University. (in Thai)
- Pongwiritthon, R., Pakvipak, P. and Kantawongwan, B. (2016). Foreign Tourists' Behaviors and Marketing Mix towards "Discover Thainess" for Tourism Development Guidelines in the Northern Region of Thailand. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 9(3), 127 –139.
- Saethow, P. and Chairatana, P. (2017). Factors Affecting Tourism Demand at Chakngaew Community in Pattaya City. *Conference Proceedings Gracious Hospitality & Tourism national Conference 2017*.83-96. (in Thai)
- Sengpracha N. (1981). *Sociology*. Bangkok: Krungsiamkanpim. (in Thai)

- Thonghor R. et al. (2003). Expenditure characteristic for product purchasing and service need of foreign tourists for travelling in Thailand. Bangkok: Ramkhamhaeng University. (in Thai)
- Tripadvisor. (2018). Top 10 Destinations – Thailand by Travelers Choice. Retrieved March 14, 2018, from <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations-cTop-g293915>.
- Watanasawad, K. (2013). Tourists' Opinions and Behaviour toward Authenticity in Nostalgia Tourism: A Case Study of 100-Year-Old Samchuk Market Community Suphanburi Province. *Damrong Journal*, 12(1), 260 – 135. (in Thai)



Anurak Tongkaw, Master of Science Program in Statistics, Burapha University. Lecturer, Department of General Education, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani Collage, Pattaya



Phannaphat Saethow, Master of Science Program in Statistics, Burapha University. Lecturer, Department of General Education, Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani Collage, Pattaya.